DOI: 10.17976/jpps/2021.06.10

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОВОКАЦИИ В ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ДЕБАТАХ КАНДИДАТОВ НА ПОСТ ПРЕЗИДЕНТА США

С.В. Тумский

ТУМСКИЙ Станислав Вячеславович, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка № 3, МГИМО МИД России, Москва, statum@mail.ru

Тумский С.В. Политические провокации в электоральных дебатах кандидатов на пост президента США. – Полис. Политические исследования. 2021. № 6. С. 137-154. https://doi.org/10.17976/jpps/2021.06.10

Статья поступила в редакцию: 24.05.2021. Принята к публикации: 31.08.2021

Аннотация. Провокации, а также их составляющие в речетворческой деятельности политиков разного толка, направленной на формирование выгодного им общественного мнения, играют все более заметную роль в сегодняшних политических процессах в мире, в частности в США. В статье рассматривается применение провокаций и манипулятивно-провокационных техник в электоральных дебатах на примере выступлений Д. Трампа в предвыборных теледебатах в 2020 г. С целью проведения исследования был проанализирован полный текст выступлений кандидатов на пост президента США Д. Трампа и Дж. Байдена в рамках предвыборных теледебатов в октябре 2020 г., включая две коммуникативные ситуации с применением провокаций. В работе использованы методы "обоснованной теории" (grounded theory), семантического, концептуального, дискурсивного, контент-анализа, анализа документов (данные из СМИ), case study. Семантический и концептуальный анализ позволил выделить имплицитные смыслы и случаи использования провокаций участниками теледебатов. Статистический анализ дал возможность определить частотность использования провокационных техник коммуникантами, сгруппировать случаи применения провокаций. Проведенное исследование выявило случаи использования провокаций в рамках коммуникативных тактик оправдания, виктимизации, виртуализации реальности, создания ложных образов и обвинения. Автор пришел к выводу, что активное применение провокаций политиками в электоральном дискурсе обусловлено необходимостью скрытого воздействия на общественное сознание и может представлять собой эффективную стратегию укрепления своих позиций при отсутствии явных преимуществ перед соперником. Также было сделано заключение, что высокая частотность провокаций и манипулятивно-провокационных техник в речи политиков может создать репутационные риски и снизить вероятность победы кандидата-провокатора на выборах.

Ключевые слова: электоральный дискурс, политический дискурс, провокация, манипуляция, коммуникативная стратегия, общественное мнение.

В предвыборной борьбе политики стремятся выбрать наиболее эффективную коммуникативную стратегию, позволяющую им скрытно влиять на общественное мнение, "программируя" его в русле своих интересов. Массовый адресат, на которого нацелены предвыборные программы, едва ли подвергает рефлексии переданные сообщения в силу их стремительного распространения. Это позволяет политикам создавать лжеобразы, симулякры, провоцировать людей на формирование положительного мнения о себе или, наоборот, увеличивать репутационные риски оппонента.

Реализации таких целей часто способствует применение провокаций и манипулятивно-провокационных техник. Провокация является многомерным

социальным феноменом и может рассматриваться как *стратегическое средство коммуникации* [Boudana, Segev 2017a: 330], форма скрытого *конфликта* [Дмитриев, Задорожнюк 2016], *противодействия* [Дмитриев 2016: 48]. Она может быть использована политическими лидерами для нанесения урона оппоненту и дискредитации его в глазах третьей стороны [Boudana, Segev 2017b: 315]. Однако в процессе электоральной борьбы применение провокаций прежде всего обусловлено стремлением политика создать в сознании потенциальных избирателей альтернативную реальность, которая бы помогла им удержать власть и спровоцировать общество на поддержку своих кандидатур на выборах. Происходит подмена реальной деятельности [Глухова 2016a: 94; Тощенко 2015: 314-315] и инсценирование достижений социально значимых результатов. В контексте электоральной коммуникации провокацию следует рассматривать как комплекс действий, направленный на формирование положительного имиджа политика-провокатора и отрицательного (и часто ложного) образа его оппонента.

Провокация во многом зависит от уровня *доверия, так как оно* создает основу для функционирования социального взаимодействия [Фрейк 2006; Luhmann 1979]. Доверие определяет эффективность провокации [Иссерс 2009; Назарова 2017; Пашенцев 2014] и оказываемого воздействия [Дмитриев 2016; Тумский 2017], верифицируя передаваемую провокатором информацию. В свою очередь средством формирования и укрепления доверия может служить другая важная составляющая провокации – *манипуляция* [Дмитриев, Сычев 2017: 23]. Функционируя как инструмент скрытого воздействия, манипуляция вместе с различными формами *обмана* через симулякры и ложные образы позволяет субъекту осуществлять виртуализацию реальности и поддерживать уровень доверия на должном уровне, скрывать истинную природу своих намерений. Немалую роль в эффективности провокации также играет *эмоциональное воздействие*, так как оно лишает коммуникантов способности принимать взвешенные решения и склоняет их к совершению спонтанных действий, выгодных субъекту провокации [Глухова 2016b: 41].

Эта работа призвана рассмотреть провокации и манипулятивно-провокационные техники в электоральном дискурсе на примере выступлений Трампа в финальных теледебатах кандидатов на пост президента США в 2020 г. В центре внимания автора – роль провокаций в предвыборной коммуникационной стратегии, их возможное влияние на общественное мнение, а также связанные с их применением преимущества и риски.

Говоря о стиле политической коммуникации обоих кандидатов на должность президента США, важно отметить, что для Д. Трампа более типично использование неподтвержденной информации: американские СМИ указывали на использование фейковых постов в аккаунте инкумбента в *Twitter*. В отличие от Д. Трампа его соперник Д. Байден в гораздо большей степени оперировал реальными фактами, давал подтверждение своим словам, использовал более развернутую аргументацию при ответах на вопросы. Трамп, бесспорно, – яркий и харизматичный лидер, что вселяло веру в представителей электората в его способность эффективно управлять страной. Однако многие невыполненные обещания и частое использование фейков пошатнули его позиции в преддверии выборов. Трамп использовал размытую информацию для манипулирования потенциальными избирателями, а факты, направленные против него, дискредитировал, не опровергая, а просто называя их фейками. По заверениям западной прессы, с начала президентского срока и вплоть до выборов

Трамп более 2 000 раз отрицал обвинения журналистов. Политик даже сделал неосторожное замечание, что он заранее считает любую, даже официальную информацию о победе своего соперника Байдена на президентских выборах заведомо ложной. Такой стиль управления Трампа информационным полем сократил поддержку его кандидатуры. Отсутствие весомых преимуществ на стороне Трампа побудило его использовать манипулятивные и провокационные техники для воздействия на электорат во время теледебатов.

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Президентские дебаты проводятся в США накануне выборов с 1856 г. Тогда они прошли между будущим президентом США Авраамом Линкольном и Стивеном Дугласом. Теледебаты стали проводить с 1960 г., когда за президентское кресло боролись кандидат от демократов Джон Кеннеди и республиканец Ричард Никсон. С этого момента дебаты приобрели принципиально новое значение и стали инструментом предвыборной борьбы политиков. Хотя темы теледебатов известны заранее, многие вопросы кандидаты задают друг другу спонтанно: такая особенность дебатов позволяет избирателям оценить стратегии определенного кандидата и сформировать о нем более целостное представление перед принятием решения о голосовании.

Для реализации поставленных задач исследования был проанализирован транскрипт заключительных теледебатов между Дональдом Трампом и его соперником Джо Байденом[1].

Выбор именно финального раунда для изучения был обусловлен рядом обстоятельств. В первом раунде теледебатов, прошедших 29 сентября 2020 г., кандидаты обменивались обвинениями, постоянно перебивая друг друга. Накал, характеризовавший их взаимодействие, не позволил им сфокусироваться на разрешении вопросов национальной важности. Поскольку коммуникация в первом раунде между инкумбентом и его оппонентом была менее осмысленной и содержала гораздо меньшее количество политических провокаций, он не столь значим с исследовательской точки зрения. Второй раунд не состоялся по причине заражения Трампа COVID-19. В связи с этим третий финальный раунд теледебатов, который характеризовался более сдержанным поведением участников и содержал существенное число провокационных техник, стал источником исследовательского материала данной работы.

Выбор материала для анализа обусловлен его характером. Изучение теледебатов, в отличие от речей, подготовленных спичрайтерами, позволяет непредвзято оценить процесс формирования имиджа Трампа, более отчетливо показать его позицию по ключевым вопросам, так как предполагает “спонтанную речетворческую деятельность” [Буцык 2016: 92].

Тематику дебатов определили шесть ключевых тем, по которым модератор в финальном раунде теледебатов задавала вопросы обоим кандидатам: борьба с эпидемией коронавируса, проблемы американских семей, расизм, изменение климата, национальная безопасность и лидерство. Каждый участник

[1] Общий объем звучащего текста – 3 а.л., дебаты проходили 22 октября 2020 г., в качестве ведущей выступила журналист телеканала NBC Кристен Уэлкер. Debate Transcript: Trump, Biden Final Presidential Debate Moderated by Kristen Welker. – *USA TODAY*. 23.10.2020. URL: https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/ (accessed 23.05.2021).

отвечал на поставленный вопрос в течение двух минут, после чего кандидаты могли продолжить дискуссию между собой.

В качестве *рабочей гипотезы* исследования было определено, что манипулятивно-провокационные техники могут применяться политиками в электоральном дискурсе для управления своим имиджем, создания отрицательного образа оппонента, оказания скрытого воздействия на настроения электората.

Основной исследовательской *задачей* было выявление роли провокаций и провокационно-манипулятивных техник в электоральной коммуникации с помощью качественно-количественного анализа коммуникативных актов, в которых участвовал Трамп. Выбор коммуникационной стратегии Трампа в качестве объекта анализа обусловлен использованием им гораздо большего числа провокаций и их составляющих, чем Байденом. Такой подход позволил расширить границы исследования.

К определяющим признакам провокации, на основе которых производилось кодирование фрагментов дискурса, отнесены попытки "программирования" сознания электората на формирование выгодного для политика мнения о нем самом и негативного – о его сопернике. В частности, *скрытность* намерений провокатора, стремление *обмануть и ввести в заблуждение избирателей, имплицитно* донести определенные выгодные провокатору смыслы и *закрепить* их в сознании избирателей в обход их рационального мышления. С целью обнаружения провокаций Трампа его речь была также проанализирована на предмет наличия в ней языковых средств, прежде всего языковых манипуляций и приемов психологического воздействия, которые могли бы способствовать достижению его политических целей.

Для исследования дискурса использовался метод "обоснованной теории" (*grounded theory*) [Charmaz 2014; Glaser, Strauss 2009; Strauss, Corbin 1990], позволивший вычленить дискурсивные элементы, указывающие на применение провокаций – всего 451 код. Среди них, прежде всего, неявно выраженные смыслы, признаки провокаций и манипулятивного воздействия, фрагменты, указывающие на применение определенной коммуникативной тактики в речи Трампа (196) и Байдена (61), а также образные средства (59), использованные политиками для придания своим высказываниям дополнительной эмоциональности. По двум отдельно рассмотренным коммуникативным ситуациям было выделено 135 кодированных сегментов. Для уточнения смыслов и корректной типологизации концептов (их распределения по группам) процесс кодирования всего содержания речи политиков был произведен трижды.

Манипулятивно-провокационные техники, использованные Д. Трампом

Коммуникация в рамках теледебатов отличалась спонтанным характером, а ответы участников не могли быть продуманны заранее. Трамп опирался на достигнутые результаты, но вынужден был нивелировать ошибки, упущения, неверные решения, на которые указывал Байден. Понимая, что оставлять без внимания серьезные обвинения нельзя, Трамп использовал провокации, "программировавшие" избирателей на формирование выгодного ему общественного мнения. Свидетельством этому являются его многочисленные высказывания с имплицитной интенцией. Анализ импликатур и других провокационных признаков показал, что речь Трампа насыщена приемами, направленными на скрытое управление общественным мнением (см. рис. 1).

Рисунок 1 (Figure 1)

Количество провокационных техник, используемых кандидатами на пост президента США в финальных теледебатах 2020 г.

Number of Provocative Techniques Used by US Presidential Candidates in Final 2020 Presidential Debates



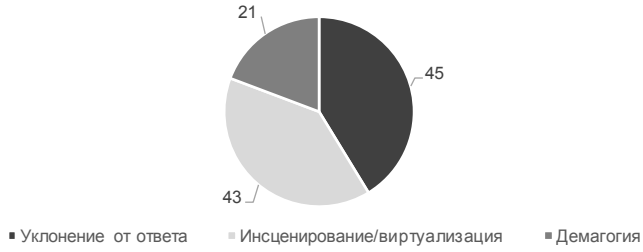
Источник: здесь и далее – построено автором на основе: Debate Transcript: Trump, Biden Final Presidential Debate Moderated by Kristen Welker. – *USA Today*. 23.10.2020. URL: https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/ (accessed 23.05.2021).

В своей речи Трамп использовал манипулятивно-провокационные техники (109 кодов), применял тактику уклонения от ответа (45 кодов), виртуализации ситуации и инсценирования обстоятельств (43 кода), неоднократно прибегал к различным видам демагогии (21 код) (см. рис. 2).

Рисунок 2 (Figure 2)

Провокационно-манипулятивная тактика Д. Трампа на финальных предвыборных теледебатах в 2020 г., количество сегментов

Number of Provocative and Manipulative Techniques Used by D. Trump during the Presidential Debates



Частое применение Трампом провокаций в своей речи обусловило выбор его коммуникационной стратегии в качестве основного объекта нашего исследования (см. рис. 3). Байден использовал похожие манипулятивно-провокационные техники, однако провокации не были ядром его стратегии. С учетом того, что обман относится к составляющим провокаций, выявленные случаи его применения мы верифицировали через информацию из открытых источников и СМИ. Для определения общего тренда в использовании обмана и провокаций кандидатами на пост президента США мы провели оценку восприятия ведущими политическими СМИ результатов финальных теледебатов, изучили материалы интернет-порталов *Politifact*[2], *USA Today*[3] и *New*

[2] Funke D. Fact-Checking False Claims about the 2020 Election. – *Politifact. The Poynter Institute.* 19.11.2020. URL: https://www.politifact.com/article/2020/nov/20/fact-checking-false-claims-about-2020-election/ (accessed 17.05.2021).

[3] Kiely E. et al. Fact Check: What Trump and Biden Got Wrong in the Final Presidential Debate. – *USA Today*. 23.10.2020. URL: https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/factcheck-org-corrects-trump-biden-claims-final-debate/3740727001/ (accessed 17.05.2021).

York Times[4], учли оценку журналистами достоверности заявлений, сделанных кандидатами.

Рисунок 3 (Figure 3)

Использование Д. Трампом провокационно-манипулятивных техник на заключительных президентских теледебатах, кол-во сегментов (кодов)

D. Trump's Use of Provocative and Manipulative Techniques at the Final Presidential Televised Debates, Number of Segments (Codes)

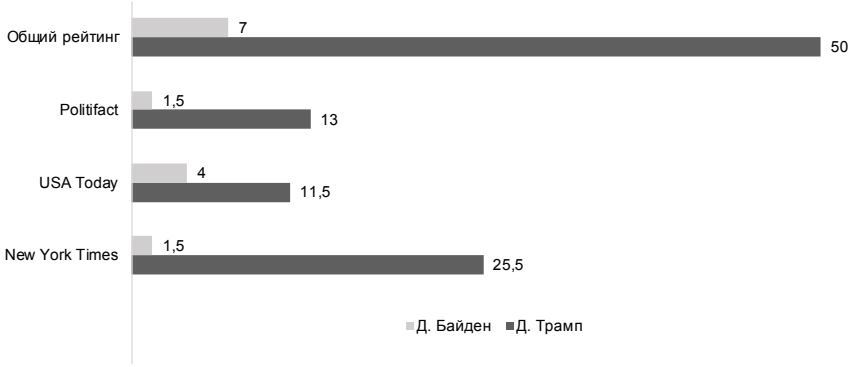


Каждый факт фальсификации был оценен в 1 балл, попытка частично исказить факты, использование заведомо неверифицируемой информации – в 0,5 балла по каждому кандидату. Получившийся в итоге "индекс неискренности" (см. рис. 4) показывает, насколько речь каждого из участников была насыщена обманом и манипулятивно-провокационными техниками.

Рисунок 4 (Figure 4)

Уровень неискренности кандидатов на пост президента США согласно СМИ после заключительного этапа теледебатов в 2020 г., в баллах

Insincerity level of presidential candidates (according to media) after final 2020 presidential debates, in number of points



Стремясь избегать прямых ответов на поставленные "неудобные" вопросы, Д. Трамп часто прибегал к тактике *уклонения от ответа* (45 раз) на по-

[4] Fact-Checking the Final Presidential Debate. – *The New York Times*. 23.10.2020. URL: https://www.nytimes.com/live/2020/10/22/us/fact-check-debate-trump-biden (accessed 17.05.2021).

ставленные вопросы или обвинения. Обычно это проявляется через *смещение тематических или смысловых акцентов*.

– В частности, вместо прямого ответа на вопрос о стратегии вывода США из пандемического кризиса Д. Трамп ограничился упоминанием своего опыта выздоровления от коронавируса, приобретенном иммунитете и успехах США в производстве медицинского оборудования для борьбы с ним.

– После того, как Байден обвинил Трампа в бездействии, из-за которого страна оказалась на пороге "тяжелой зимы"[5], тот вместо ссылки на план мер по борьбе с эпидемией стал говорить об успехах США в изучении болезни.

– Байден возмущался тем, что Трамп не принимал стимулирующих мер профилактики коронавируса и не оказывал финансовой поддержки местному бизнесу. Трамп не опровергал эти утверждения, обращая внимание на бедственное положение американских семей, настаивая на том, что бизнес нельзя закрывать, хотя Байден не призвал к полному его закрытию и переходу к самоизоляции или дистанционной работе.

В ряде случаев смена тематического фокуса сопровождается использованием приемов *селекции и умолчания*, позволяющих перенаправлять внимание аудитории на *положительные аспекты* рассматриваемой проблемы, которые, возможно, менее существенны, чем обвинения, но позволяют избежать прямых ответов и признания ошибок:

– Трамп сообщил о высокой оценке главами государств итогов борьбы с коронавирусом[6], однако не назвал имен или деталей.

– Он обратил внимание на успехи США в производстве медицинского оборудования и масок, но не говорил о стратегии выхода из кризиса[7].

– Вместо ответа на вопрос, почему у него, президента США, на тот момент по-прежнему были открыты банковские счета по всему миру, Трамп сказал, что он не скрывает их существования и готов обсуждать этот вопрос[8].

– Оправдывая неудачу в переговорах с лидером КНДР Ким Ченыном, он поставил себе в заслугу сохранение мира и позитивную динамику в отношениях США и Северной Кореи, не касаясь главного содержания заданного вопроса и ссылаясь на то, что в момент передачи ему власти Бараком Обамой отношения между Пхеньяном и Вашингтоном были обостренными[9].

Такая коммуникативная тактика позволяет фиксировать в сознании электората то, что заданные вопросы не оставлены без внимания, но затушевать то, что представленная информация слишком скудна или противоречива. Подобные ответы подталкивают публику воспринимать деятельность Трампа как успешную, несмотря на то, что прямые ответы на заданные вопросы не

[5] Здесь и далее – Отрывки из транскрипта заключительных президентских теледебатов в США в 2020 г. Debate transcript... URL: https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/ (accessed 23.05.2021): 'We're about to go into a dark winter, a dark winter and he has no clear plan'.

[6] *'This is a worldwide problem, but I've been congratulated by the heads of many countries on what we've been able to do'.*

[7] *'If you take a look at what we've done in terms of goggles and masks... we're now making ventilators all over the world'.*

[8] *'I have many bank accounts and they're all listed'.*

[9] *'We don't have a war and I have a good relationship... They left me a mess. North Korea was a mess... It was a very dangerous period in my first three months before we worked things out a little bit'.*

были получены. В целом Трамп использовал тактику *переключения внимания* (избирателей) *на своего оппонента* в случае неудобных вопросов, на которые у него нет убедительного ответа. Например, касаясь миграционной политики, Трамп обвинил Обаму и Байдена в том, что они оставили ему страну в плачевном состоянии, а последнего и в отсутствии достаточных правовых знаний[10].

Трамп применяет приемы *виртуализации действий* своего соперника Байдена. В частности, отвечая на вопрос о своей стратегии противодействия пандемии, он предпринял попытку переключить внимание электората на изъяны политики своего оппонента с помощью приема *ложной презумпции* ("лингвистические конструкции, описывающие события, которые не имели места в реальности" [Данилова 2009: 43]).

– На протяжении теледебатов Трамп моделировал потенциальные сценарии провалов Байдена, которых не было на самом деле, но которые могли стать следствием возможных ошибок. В частности, он указал на неспособность Байдена в прошлом решить проблему свиного гриппа[11], болезни с гораздо более низким, по мнению Трампа, уровнем смертности, чем COVID-19. Это позволило ему сделать вывод, что если бы Байден был на тот момент президентом, то его политика привела бы соответственно к гораздо более высокому уровню смертности.

– Аналогичным образом Трамп смоделировал ситуацию, в которой Байден мог бы перейти на полную самоизоляцию у себя дома, в отличие от него самого и многих других людей, которые должны были продолжать работу.

– Очевидно, что Байден не занимал пассивную публичную позицию, о которой говорил Трамп, но вполне могло возникнуть впечатление о его нежелании или даже неспособности бороться с проблемами, охватившими американское общество.

– Трамп ушел от ответа на вопрос о борьбе с внешними угрозами США. Отбиваясь от обвинений в получении в прошлом от России 3,5 млн долл., он указал на коррумпированность и низкие моральные принципы Байдена.

Трамп обвинил в обогащении Байдена и его родственников[12], но не представил никаких доказательств, а расследование, многократно проводимое СМИ, не дало подтверждения выдвинутым им обвинениям.

Парируя критику Байденом ошибок инкумбента, Трамп обнаружил склонность *инсценировать невиновность*, снимать с себя ответственность, *выставляя себя жертвой* обстоятельств, некомпетентных или агрессивно настроенных по отношению к нему сотрудников.

– На вопрос модератора, почему он не помог двенадцати миллионам безработных и восьми миллионам находившимся за чертой бедности граждан, Трамп посетовал на противодействие Нэнси Пелоси, спикера палаты представителей, желавшей якобы удовлетворить свои политические амбиции[13].

---

[10] *'...he has no understanding of immigration, of laws'.*

[11] *'...he ran H1N1 swine flu and it was a total disaster'.*

[12] *'He's the vice-president of the United States... his son, his brother and his other brother are getting rich. The kind of things ... that you've done and the kind of monies that your family has taken... I mean, your brother made money in Iraq... millions of dollars. Your other brother made a fortune, and it's all through you, Joe'.*

[13] *'Nancy Pelosi doesn't want to approve anything because she'd love to have some victories...'*

– Также Трамп подчеркнул, что не стал вводить масочный режим с наступлением пандемии коронавируса из-за ошибочной рекомендации инфекциониста Энтони Фаучи[14].

Такая тактика трактовки ошибочных решений была направлена на то, чтобы пробудить эмпатию электората, однако так, чтобы при этом Трамп не выглядел слабым или недальновидным.

Речевые провокации Д. Трампа

В ходе дискуссии Трамп использовал различные экспрессивные языковые средства, помогающие усилить воздействие на коммуникантов, сделать создаваемые образы более яркими и запоминающимися (см. табл. 1).

Таблица 1 (Table 1)

Импликатуры *(скрытые смыслы)* и средства воздействия в речи Д. Трампа

Implicatures and Means of Impact in D. Trump's Speech

Цитата	Импликатура	Средство воздействия
2.2 million people modeled out, were expected to die	Эффективность администрации Трампа / эффективность американской медицины	Искажение информации (гиперболизация) / вырвано из контекста / неверифицируемость (возможный обман)
And now they say I'm immune	Эффективность американской медицины / управление ситуацией	Неверифицируемость (возможный обман)
I was in the hospital. I had it and I got better. Some people could say it was a cure, but I was in for a short period of time	Эффективность американской медицины / управление ситуацией	Неверифицируемость (возможный обман)
I've been congratulated by the heads of many countries on what we've been able to do	Интенсивность собственных усилий / эффективность собственных действий / эффективность администрации Трампа / управление ситуацией	Авторитетное мнение / вырвано из контекста / неверифицируемость / смещение смысловых акцентов (положительный аспект)
It's a worldwide pandemic	Комплексность проблемы / масштабность проблемы / интенсивность собственных усилий / необходимость существенных усилий	Повторы (как манипулятивная техника)
More and more people are getting better	Интенсивность собственных усилий / стабилизация ситуации / эффективность собственных действий / эффективность администрации Трампа / управление ситуацией	Обман / вырвано из контекста / неверифицируемость
Much lower than almost any other country	Интенсивность собственных усилий / эффективность собственных действий / эффективность администрации Трампа/управление ситуацией	Вырвано из контекста / неверифицируемость / искажение информации
The excess mortality rate is way down	Интенсивность собственных усилий / эффективность собственных действий / эффективность администрации Трампа / управление ситуацией	Размытость информации / экспрессивная лексика / неверифицируемость / отсутствие контекста

[14] *'But Anthony said "Don't wear masks," now he wants to wear masks'.*

There was a very big spike in Texas. It's now gone.	Интенсивность собственных усилий / эффективность собственных действий / эффективность администрации Трампа / управление ситуацией	Обман/вырвано из контекста / неверифицируемость /повторы / параллельные конструкции
We closed up the greatest economy	Интенсивность собственных усилий	Гиперболизация / использование экспрессивных средств / размытость информации
We have a problem that's a worldwide problem.	Комплексность проблемы / масштабность проблемы / интенсивность собственных усилий / необходимость существенных усилий	Повторы (как манипулятивная техника)

Трамп эмфатически использовал *повторы* одной и той же идеи (10 раз), позволившие закрепить в сознании передаваемую информацию [Данилова 2009], с той же целью он применил *гиперболизацию* (8 раз) с употреблением слов *nobody, nothing, ever* ("никто", "никогда", "когда-либо"). Он превозносил результаты собственной деятельности[15] и, напротив, выставлял своего оппонента крайне неэффективным политиком, чья работа характеризуется отсутствием здравого смысла и рациональности[16].

Безусловно, такая *эмоционально насыщенная* речь способствует созданию определенной обстановки и "перепрограммированию" сознания адресата, но в ряде случаев звучит неправдоподобно или даже гротескно. Трамп стремился создать своего рода альтернативную реальность, в которой он лучший кандидат на пост президента, лидер, сделавший все возможное ради процветания страны. Эти приемы манипулирования общественным мнением в русле "политики постправды" были призваны провоцировать избирателей на восприятие выгодной Трампу политической позиции.

Микропровокации Трампа как стратегия захвата лидерства

В процессе изучения дискурса теледебатов были выделены два коммуникативных акта Трампа, представлявшие собой провокации.

Коммуникативная ситуация № 1. Модератор задает вопрос:

– Какова Ваша стратегия по выводу страны из кризиса на следующем этапе борьбы с коронавирусной инфекцией?[17]

Ответ, данный Трампом, имеет признаки провокации. Он трижды использовал заведомо *ложную информацию*. В частности, несмотря на начало третьей волны распространения болезни, он утверждал, что распространение коронавирусной инфекции уже шло на спад[18]. Согласно его заявлению, предпринятые усилия предотвратили смерть двух миллионов американцев от коронавируса[19], однако это утверждение вырвано из контекста, а тем самым смысл информации искажен. По оценкам экспертов, с учетом применения профилактических мер

[15] *'There has been nobody tougher... than me on Russia'; 'I've already done something that nobody thought was possible'; 'I think I have great relationships with all people. I am the least racist person in this room.'*

[16] *'He did nothing except build cages to keep children in', 'he's been in government 47 years, he never did a thing', 'Look, their real plan cost a hundred trillion dollars', 'This is the craziest plan that anybody has ever seen and this wasn't done by smart people'.*

[17] *'How would you lead the country during this next stage of the coronavirus crisis?'*

[18] *'We're rounding the turn'.*

[19] *'2.2 million people modeled out, were expected to die'.*

и лечения, данный показатель составлял не более 200 тыс. человек[20]. Трамп многократно прибегал к формулировкам, создававшим некоторую "размытость" информации из-за отсутствия подтверждающих фактов и *невозможности ее верификации.*

– Говоря о "вспышках" заболеваемости в Европе[21], он не называл данные о числе заболевших и умерших, что блокировало возможность анализа и сравнение ситуации с той, которая развивалась в США.

– Упоминая снижение смертности на 85%, Трамп не указывал период и обстоятельства, к которому относились данные, что не позволяло их проверить, но, безусловно, звучало впечатляюще и имплицировало идею об эффективности предпринимаемых мер.

– Он обещал, что вакцина "уже скоро будет готова"[22], однако его утверждение снова не было подкреплено какими-либо сроками или фактами.

Анализ концептуального содержания изученного фрагмента дискурса позволил выделить смыслы, которые стремится донести до избирателей Д. Трамп (см. рис. 5): *эффективность администрации Д. Трампа, эффективность американской медицины, контроль текущей ситуации, высокая интенсивность собственных усилий, комплексность проблемы, масштабность проблемы, необходимость принятия существенных усилий.* На их основе определены три ключевых концепта, вектор коммуникативной стратегии Д. Трампа и образ, который политик стремится сформировать в сознании избирателей. *Это эффективность* (результативность политики Д. Трампа), *активные действия* (принятие мер по устранению кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекции), *оправдание неудач* (указание на комплексность ситуации, породившей затруднения в ликвидации эпидемии) (см. рис. 6).

Итак, Трамп прибегал к *манипулятивно-провокационным техникам постправды*. Он намеренно преувеличивал серьезность ситуации, используя эмоционально-экспрессивные языковые средства[23]. В этом кейсе коммуникативная тактика базировалась на провокации, которая представляла собой инсценирование успешности собственного вклада в борьбу с коронавирусом[24] и провоцировала избирателей на формирование выгодного ему образа (см. рис. 5, 6).

Изучение техник воздействия позволяет сделать вывод, что речь Трампа отличается скрытностью, недосказанностью. Он усиливает свои умозаключения посредством многочисленных повторов и ряда экспрессивных языковых средств (см. рис. 7). Приведенный график показывает, что среди составляющих рассматриваемой провокации наибольшую роль играет применение *неверифицируемой информации*, *использование ее вне контекста* или *с неверным контекстом*, а также *искажение фактов*. Все эти техники могут быть использованы для создания ложного образа.

---

[20] Fact-Checking the First 2020 Presidential Debate. – *The New York Times.* 24.10.2020. URL: https://www.nytimes.com/live/2020/09/29/us/debate-fact-check (accessed 16.04.2021).

[21] *'You see the spikes in Europe'.*

[22] *'We have a vaccine that's coming. It's ready'.*

[23] *'...worldwide pandemic, worldwide problem, all over the world'.*

[24] *'...we closed up the greatest economy... to fight this horrible disease; we're now making ventilators all over the world, thousands and thousands a month'.*

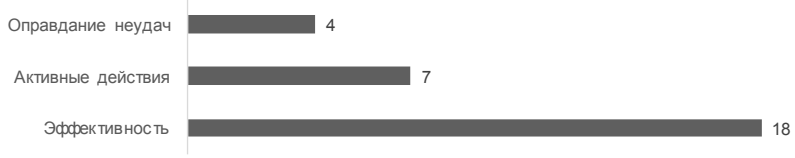
Рисунок 5 (Figure 5)

Концептуальное содержание речи Д. Трампа
Concepts in D. Trump's Speech



Рисунок 6 (Figure 6)

Ключевые концепты в речи Д. Трампа
Key Concepts in D. Trump's Speech



Изучение средств воздействия и скрытых смыслов, заложенных в сообщение, позволяет сделать выводы о коммуникативной тактике Трампа. Он стремится сформировать и закрепить в сознании потенциальных избирателей идею о том, что он как глава государства предпринимает все усилия для борьбы с коронавирусом и что ее эффективность высока.

Коммуникативная ситуация № 2. Рассматриваемый фрагмент[25] начинается с обвинений Байденом оппонента в том, что за время своего президентского срока Трамп не представил ни одной декларации о своих доходах[26]. Отвечая, тот подметил, что сделал предварительную оплату на "миллионы долларов"[27] и готов опубликовать информацию[28]. Он объяснил отсутствие информации в открытых источниках противодействием налоговой службы и ее предвзятым отношением к себе[29]. Когда Д. Байден указал на то, что Трамп годами скрывал информацию о своих налоговых выплатах, Трамп использовал тактику *виктимизации*: "они устроили 'охоту на ведьм' и оказывали на меня давление на протяжении трех лет"[30].

[25] Фрагмент транскрипта заключительных президентских теледебатов в США в 2020 г. (26:06-32:21). – *USA Today*. 23.10.2020. URL: https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/10/23/debate-transcript-trump-biden-final-presidential-debate-nashville/3740152001/ (accessed 16.04.2021).

[26] *'You have not released a single solitary year of your tax return. What are you hiding?'*

[27] *'I prepaid millions and millions of dollars in taxes'.*

[28] *'I'm going to release them as soon as we can'.*

[29] *'...they treat me horribly...I get treated very badly...unfairly'.*

[30] *'I was put through a phony witch hunt for three years'.*

В данном кейсе Трамп выбрал комбинированную оправдательно-наступательную тактику. Указывая на непреодолимые обстоятельства, сопротивление сотрудников налоговой службы, он инсценировал временную неспособность отчитаться перед американским народом о выплаченных налогах. При помощи парцеллярных конструкций он акцентировал внимание на своих намерениях и активных действиях, направленных на выполнение своих обязательств как гражданина. В целях оправдания своих действий и усиления впечатления несправедливого отношения к собственной персоне он использовал числовую информацию[31], которая хоть и не была важной в контексте описываемых событий, но вместе с эмфатическими конструкциями[32] оказывала необходимое воздействие на адресата.

Рисунок 7 (Figure 7)

Основные манипулятивно-провокационные техники в речи Д. Трампа (коммуникативная ситуация № 1)

Key manipulative and provocative techniques in D. Trump's speech (communicative situation No. 1)



С целью уклонения от дальнейшего обсуждения Трамп прибег к тактике вербальной атаки на оппонента Байдена, переключая внимание электората на него. Трамп манипулировал контекстом и провел связь финансового благополучия Байдена с его возможным участием в сомнительных сделках с Украиной. Он усиливает производимый эффект через дисфемизм, используя грубое слово вместо стилистически нейтрального: *They're like a vacuum cleaner. They're sucking up money*. Избегая опасных обвинений, Трамп дал характеристику действиям Байдена, используя эмоциональные, но чрезвычайно общие формулировки[33] (см. рис. 8).

Такая коммуникативная тактика представляет собой другой пример микропровокации, в качестве основной составляющей которой выступает неверифицируемая информация, разного рода перформативы и симулякры, моделирующие образ добропорядочного и законопослушного гражданина Трампа и беспринципного, порочного, безнравственного Байдена (см. рис. 9).

[31] *'18 angry Democrats and FBI agents all over the place spent $48 million'.*

[32] *'No president should ever have to go through what I went through… you do live very well'.*

[33] *'…your other brother made a fortune; you have houses all over the place'.*

Рисунок 8 (Figure 8)

Эмоционально-экспрессивные языковые средства и манипулятивные техники в речи Д. Трампа (коммуникативная ситуация № 2)

Emotionally expressive language means and manipulative techniques in D. Trump's speech (communicative situation No. 2)

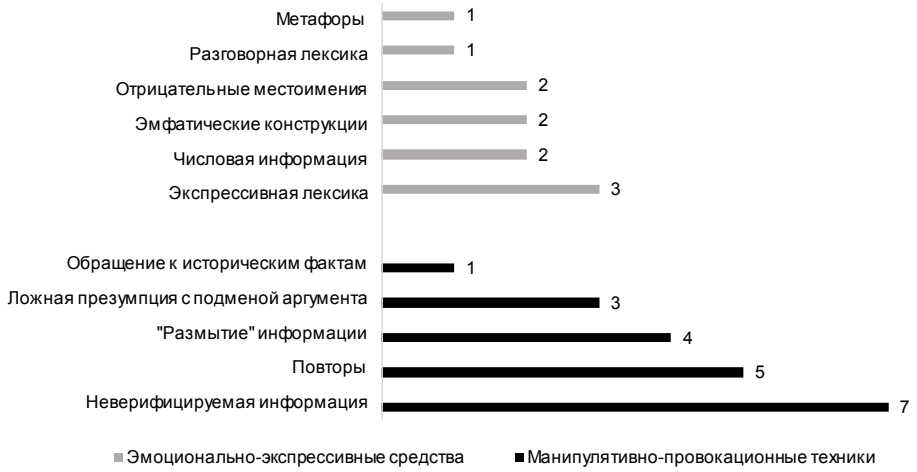
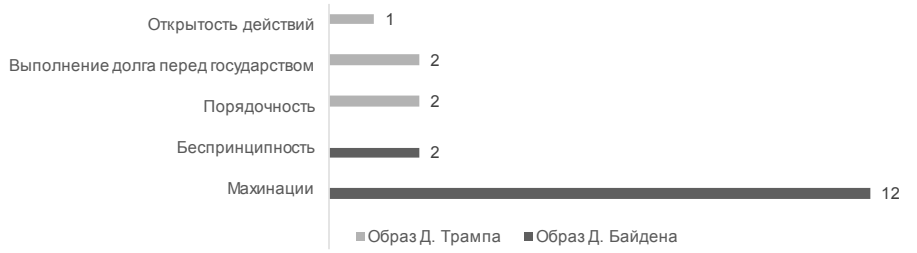


Рисунок 9 (Figure 9)

Образы, формируемые Д. Трампом

Images Created by D. Trump



НЕКОТОРЫЕ ВЫВОДЫ

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов о применимости провокаций в электоральном дискурсе, основой которого является спонтанная речевая деятельность. Провокации могут быть использованы для сокрытия собственных намерений, истинных политических амбиций и нивелирования аспектов, сказывающихся на имидже. Их применение часто обусловлено отсутствием у политика неопровержимых доказательств своего преимущества над соперником.

Манипулятивно-провокационные техники дают возможность политикам оказывать скрытое управление настроениями электората и создавать выгодные им образы, свой собственный и оппонента. Воздействие, осуществляемое посредством использования провокаций, часто неочевидно массовому адресату, что позволяет применять их постепенно и относительно незаметно. Их эффективность обусловлена тем, что массовый адресат часто не склонен

разбираться в деталях, так как массовое сознание "смакует сенсации и предпочитает комфорт и простые решения" [Чугров 2017: 45].

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о многообразии арсенала провокаций в коммуникационной стратегии политиков. Провокативна, например, тактика *уклонения* от ответов на опасные вопросы, искренний ответ на которые мог бы нанести урон по репутации политика, которому он адресован, замалчивания части фактов, порочащих репутацию субъекта провокации, смещения или искажения смысловых акцентов, селективного освещения выгодных провокатору аспектов. В случае отсутствия аргументации в поддержку собственных действий политик, использующий провокацию, может *перенаправить внимание* коммуникантов на своего оппонента, сфокусировать их внимание на его слабостях и ошибках. Политический деятель может в целях оправдания собственных неудач прибегнуть к тактике *виктимизации*, снять с себя ответственность за определенные действия, сославшись на обстоятельства, неудачные решения предшественников или даже предвзятое отношение акторов, влияющих на его действия. Такая тактика препятствует формированию отрицательных ассоциаций, связанных с образом политика-провокатора.

Весьма действенна тактика *инсценирования несостоятельности соперника* через экстраполяцию его отрицательного политического опыта на текущие ситуации. В этом случае провокатор может использовать неудачи соперника из его прошлого и, проецируя их на более серьезные вызовы современности, указывать на отсутствие у оппонента способности решать более сложные и масштабные проблемы. Такая провокация решает сразу несколько задач. Провокатор может оправдать свои ошибки, указав на неспособность оппонента справиться с якобы менее значимой проблемой. Виртуальный характер ситуации не позволяет оппоненту парировать обвинения ввиду отсутствия фактов, на которые можно было бы опереться. Такие провокации дают возможность расширить круг обвинений путем закрепления у аудитории мнения о низкой эффективности оппонента.

Важно понимать, что результаты и последствия использования провокационных техник и комплексных провокаций в электоральной коммуникации во многом зависят от контекста, в котором они применяются: имиджа политика (субъекта провокации), текущей расстановки политических сил, скорости изменений обстановки, способности к рефлексии и анализу акторов, вовлеченных в провокацию.

Ускорение применения, высокая концентрация провокаций в спонтанном политическом диалоге смещает баланс между скрытым и открытым воздействием, выдавая неискренность провокатора и его попытки манипулирования. Провокации существенно повышают риски разоблачения истинных стремлений политиков, выводя на поверхность отсутствие четких принципов и в целом конъюнктурный подход. Такое развитие ситуации может свести на нет попытки политиков-провокаторов доказать свою преданность народу или вовсе разрушить доверие к ним.

Говоря более предметно об участвовавших в теледебатах кандидатах, важно отметить разницу в их коммуникационной тактике. Трамп решил вести общение с коммуникантами с позиции нивелирования собственных просчетов (сведения их к нулю через оправдание), гиперболизации своих достижений и неудач оппонента. Согласно проведенному количественному анализу выделенных импликатур, Трамп практически не оперировал реальными фактами, поэтому вынужден был применять преимущественно информацию, лишенную конкретных данных и не поддающуюся верификации. Его коммуникативно-провокационная тактика базировалась в первую очередь

на формировании в сознании избирателей отрицательного образа Байдена. Применение провокационно насыщенной стратегии коммуникации Трампом в целом представляется достаточно эффективным благодаря его использованию ему удалось избежать существенной потери симпатий электората[34]. Тем не менее перенасыщенность его речи ложью, нежелание признавать свои промахи серьезно пошатнули уверенность избирателей в его словах. Согласно опросам, проведенным по результатам теледебатов[35], многие из опрошенных отметили неискренность Трампа.

Стратегия электоральной коммуникации Байдена нацелена на создание образа компетентного политика, хорошо разбирающегося в вопросах стратегической важности, он проецировал такую модель благодаря тому, что давал развернутые ответы на многие вопросы. Он стремился быть искренним, практически не прибегая ко лжи, это подтверждают данные из СМИ и проведенный нами анализ (см. индекс неискренности). Байден в ряде случаев все-таки применял провокации, манипулировал контекстом, но скорее замалчивал свои недочеты и упущения, чем обманывал. Эти небольшие уловки Байдена на фоне Трампа, речь которого была перенасыщена ложными образами и симулякрами, не выглядели гротескно. Байден позиционировал себя как политика, приверженного традиционным ценностям, проявляющего заботу о своих гражданах. Он подчеркивал, что в отношении к американцам для него не существует разделения штатов по принципу бинарной оппозиции на “демократические” и “республиканские”.

Каждый из кандидатов в президенты избрал свой путь борьбы за президентское кресло, но неосмотрительность Трампа в применении провокационных техник, излишняя напористость, самоуверенность в общении с электоратом проиграли более тонкой тактике Байдена. Образ действующего без оглядки Трампа оказался менее привлекательным, что и дало Байдену возможность занять лидирующее положение и одержать победу на выборах.

DOI: 10.17976/jpps/2021.06.10

POLITICAL PROVOCATIONS IN THE ELECTORAL DEBATES OF U.S. PRESIDENTIAL CANDIDATES

S.V. Tumskiy[1]

[1] *Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University). Moscow, Russia*

TUMSKIY, Stanislav Vyacheslavovich, Cand. Sci. (Linguistics), Associate Professor, Department of English Language No. 3, MGIMO University, statum@mail.ru

Tumskiy S.V. Political Provocations in the Electoral Debates of U.S. Presidential Candidates. – Polis. Political Studies. 2021. No. 6. P. 137-154. https://doi.org/10.17976/jpps/2021.06.10

Received: 24.05.2021. Accepted: 31.08.2021

Abstract. Provocations, in various politicians’ speeches, aimed at forming a favorable public opinion, play an increasingly noticeable role in the current political processes of the world, particularly in the United States. This article examines the use of provocations and manipulative techniques in electoral debates with

[34] US election 2020 polls: Who is ahead – Trump or Biden? – *BBC*. 03.11.2020. URL: https://www.bbc.com/news/election-us-2020-53657174 (accessed 15.05.2021).

[35] Brewster J. Today’s 2020 Election Polls: Biden won the Debate, Surveys Show. – *Forbes*. 30.09.2020. URL: https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/09/30/todays-2020-election-polls-biden-won-the-debate-surveys-show/?sh=6ab647206b50 (accessed 15.05.2021).

an emphasis on Donald Trump's speeches in the pre-election televised debates in 2020. For the study, we analyzed the full text of Trump's and Biden's speeches that they made during the pre-election televised debates in October 2020, including two communicative situations with the use of provocations, as separate case studies. The paper uses the methods of grounded theory, including semantic, conceptual, discursive, content analysis, document analysis (data from the media), and case studies. Semantic and conceptual analysis made it possible to single out the implicit meanings, and highlight the cases of the use of provocations by participants in the televised debates. Statistical analysis made it possible to determine the frequency of the use of provocative techniques by the communicants, to group the cases where provocations were used. The study revealed cases of the use of provocations within the framework of communicative tactics of justification, victimization, virtualization of reality, creation of false images, and accusations of an implicit nature. The author concluded that the active use of provocations by politicians in the electoral discourse can be instrumental in strengthening their positions in the pre-election struggle, in the absence of clear advantages over the rival. On the other hand, the high frequency of provocations and manipulative-provocative techniques in the speech of politicians can create reputational risks, and reduce the likelihood of a provocative candidate winning the election.

Keywords: electoral discourse, political discourse, provocation, manipulation, communication strategy, public opinion.

References

Boudana S., Segev E. 2017a. Theorizing Provocation Narratives as Communication Strategies. – *Communication Theory*. Vol. *27*. No. 4. P. 329-346. https://doi.org/10.1111/comt.12119

Boudana S., Segev E. 2017b. The Bias of Provocation Narratives in International News. *International Journal of Press/Politics*. Vol. 22. No. 3. P. 314-332. https://doi.org/10.1177/1940161217704968

Charmaz K. 2014. *Constructing Grounded Theory* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Glaser B., Strauss A. 2009. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research (4th ed.)*. New Brunswick: Aldine.

Luhmann N. 1979. *Trust and Power.* Chichester: Wiley. 228 p.

Strauss A., Corbin J. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques.* Newbury Park, CA: Sage Publications.

Bucyk E. 2016. Features of the Formation of the Image of a Politician in the Pre-election Race: The Gender Aspect. – *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of language. Semiotics. Semantics*. No. 1. P. 91-99. (In Russ.)

Chugrov S. V. 2017. Post-Truth: Transformation of Political Reality or Self-Destruction of Liberal Democracy? – *Polis. Political Studies*. No. 2. P. 42-59. (In Russ.) https://doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04

Danilova A. 2009. *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoi informatsii* [Verbal Manipulation in Mass Media]. Moscow: Dobrosvet, KDU. 234 p. (In Russ.)

Dmitriev A., Zadorozhnjuk I. 2016. Interpretation of a Provocation Phenomenon: The Trajectory of Words (History of Arts and Literature Cases). – *Sotsial'nyi mir cheloveka* [Social World of a Man]. Izhevsk: ERGO. P. 34-37. (In Russ.)

Dmitriev A. 2016. *Provokatsiya: sfery kommunikativnogo proyavleniya* [Provocation. Spheres of Communicative Manifestation]. Ed. by A. Dmitriev. Moscow: Rusajns. P. 7-17. (In Russ.)

Dmitriev A., Sychev A. 2017. *Provokatsiya. Vvedenie v teoriyu* [Provocation. Introduction to the Theory]. Moscow: Yurait. 338 p. (In Russ.)

Freik N. 2006. The Concept of Trust in P. Sztompka's Research. – *Sociological Studies*. No. 11. P. 10-18. (In Russ.)

Glukhova A. 2016a. On the Issue of the Role of Provocation in Politics. – *Vlast'*. No. 3. P. 92-96. (In Russ.)

Glukhova A. 2016b. Political Provocation: Nature, Context, Variety. – *Provocation: Spheres of Communicative Manifestation*. Ed. by A. Dmitriev. Moscow: Rusajns. P. 39-72. (In Russ.)

Issers O. 2009. The Strategy of Speech Provocation in Public Dialogue. – *Russian Language in Scientific Coverage*. No. 2. P. 92-104. (In Russ.)

Nazarova E. 2017. Provocations in the Media and Their Perception by the Youth Audience. – *Communicology*. Vol. 5. No. 3. P. 159-168. (In Russ.)

Pashentsev E. 2014. Provocation as an Element of Us Strategic Communication: The Experience of Ukraine. – *Public administration. Electronic bulletin*. No. 44. P. 149-175. (In Russ.)

Toshhenko Zh. 2015. *Fantomy rossiiskogo obshchestva* [Phantoms of Russian Society]. Moscow: Centr social'nogo prognozirovanija i marketinga. 669 p. (In Russ.)

Tumskiy S. 2017. Provocation as a Social Action: The Definition of the Phenomenon in the Context of Cross-Disciplinary Analysis. – *Sociodynamics*. No. 8. P. 1-11. (In Russ.) https://doi.org/10.25136/2409-7144.2017.8.23349

Литература на русском языке

Буцык Е.Д. 2016. Особенности формирования имиджа политика в предвыборной гонке: гендерный аспект. – *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. № 1. С. 91-99.

Глухова А.В. 2016а. К вопросу о роли провокации в политике. – *Власть*. №. 3. С. 92-96.

Глухова А.В. 2016б. Политическая провокация: природа, контекст, разновидности. – *Провокация: сферы коммуникативного проявления*. Под ред. чл.-корр. РАН А.В. Дмитриева. М.: Русайнс. С. 39-72.

Данилова А.А. 2009. *Манипулирование словом в средствах массовой информации*. М.: Добросвет, Изд-во КДУ. 234 с.

Дмитриев А В. 2016. *Провокация: сферы коммуникативного проявления*. Под ред. чл.-корр. РАН А.В. Дмитриева. М.: Русайнс. С. 7-17.

Дмитриев А.В., Задорожнюк И.Е. 2016. Истолкование феномена провокации: траектория слова и (художественно-литературная) история случаев. – *Социальный мир человека*. Ижевск: ERGO. С. 34-37.

Дмитриев А.В., Сычев А.А. 2017. *Провокация. Введение в теорию*. М.: Юрайт. 338 с.

Иссерс О. С. 2009. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге. – *Русский язык в научном освещении*. № 2. С. 92-104.

Назарова Е.А. 2017. Провокации в СМИ и их восприятие молодежной аудиторией. – *Коммуникология*. Т. 5. № 3. С. 159-168.

Пашенцев Е.Н. 2014. Провокация как элемент стратегической коммуникации США: опыт Украины. – *Государственное управление. Электронный вестник*. № 44. С. 149–175.

Тощенко Ж.Т. 2015. *Фантомы российского общества*. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга. 669 с.

Тумский С.В. 2017. Провокация как социальное действие: определение феномена в контексте кроссдисциплинарного анализа. – *Социодинамика*. № 8. С. 1–11. https://doi.org/10.25136/2409-7144.2017.8.23349

Фрейк Н.В. 2006. Концепция доверия в исследованиях П. Штомпки. – *Социологические исследования*. № 11. С. 10–18.

Чугров С.В. 2017. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии. – *Полис. Политические исследования*. № 2. С. 42-59. https://doi.org/10.17976/jpps/2017.02.04